



Document d'Informations Précontractuel

PLAN DU DOCUMENT D'INFORMATIONS PRECONTRACTUEL

INTRODUCTION	3
RECOMMANDATIONS	4
ATTESTATION DE REMISE DU DIP	5
PRESENTATION DU CONCEPT QAR'RENT	6
1. Déclarations du Concédant	7
1.1 Présentation de l'entreprise du Concédant.....	7
1.2. Nature des activités et organisation de l'entreprise	7
1.3. Domiciliation bancaire et éléments comptables	7
1.4. Présentation des dirigeants de l'entreprise du Concédant	7
1.5. Antécédents judiciaires et/ou éventuelles cessations des paiements antérieurs	8
2. Présentation du réseau	8
3. Lieu d'exploitation envisagé	9
4. Sur la marque et les droits d'auteur QAR'RENT	9
4.1. Sur la marque QAR'RENT	9
5. Sur les principales conditions du projet de contrat	12
5.1. Conditions juridiques	12
5.2. Obligations financières du Concédant	13
5.2.1. Avant ouverture d'une agence de location QAR'RENT	13
5.2.2. Après ouverture de l'agence de location	13
6. Sur le marché des agences de location de voitures et utilitaires	14
6.1. État général du marché et perspectives de développement.....	14
6.2. État local du marché et perspectives de développement	14
7. Perspectives de développement du réseau	14
8. Obligation de restitution	14
9. Clause de secret / Confidentialité	14
LISTE DES ANNEXES	16

INTRODUCTION

Le Concédant est un entrepreneur indépendant et responsable.

Afin qu'il puisse s'engager en connaissance de cause au sein d'un réseau, l'article L.330-3 du Code de Commerce (anciennement loi Doubin) réglemente l'information nécessaire que doit recevoir un candidat, cette information ayant pour objet d'assurer un **consentement libre et éclairé**.

Article L330-3 du Code de Commerce

Toute personne qui met à la disposition d'une autre personne un nom commercial, une marque ou une enseigne, en exigeant d'elle un engagement d'exclusivité ou de quasi-exclusivité pour l'exercice de son activité, est tenue, préalablement à la signature de tout contrat conclu dans l'intérêt commun des deux parties, de fournir à l'autre partie un document donnant des informations sincères, qui lui permette de s'engager en connaissance de cause.

Ce document, dont le contenu est fixé par décret, précise notamment, l'ancienneté et l'expérience de l'entreprise, l'état et les perspectives de développement du marché concerné, l'importance du réseau d'exploitants, la durée, les conditions de renouvellement, de résiliation et de cession du contrat ainsi que le champ des exclusivités.

Lorsque le versement d'une somme est exigé préalablement à la signature du contrat mentionné ci-dessus, notamment pour obtenir la réservation d'une zone, les prestations assurées en contrepartie de cette somme sont précisées par écrit, ainsi que les obligations réciproques des parties en cas de dédit.

* * *

Le document prévu au premier alinéa ainsi que le projet de contrat sont communiqués vingt jours minimums avant la signature du contrat, ou, le cas échéant, avant le versement de la somme mentionnée à l'alinéa précédent.

Par ailleurs il est rappelé que la transmission de ce document d'informations précontractuelles n'engage en rien le candidat à signer un contrat de licence ou de franchise ni à verser quelque somme que ce soit.

RECOMMANDATIONS

Ces informations constituent celles qui sont connues du Concédant au jour de l'édition de ce document d'informations précontractuelles (DIP).

Si le candidat le juge nécessaire pour s'engager avec le Concédant, il est invité à opérer toutes études plus approfondies, telle qu'une étude de marché complémentaire.

Le Concédant invite également son candidat à se rapprocher de son conseil afin d'étudier notamment avec lui ce document.

Afin de compléter son information et de pouvoir agir en connaissance de cause, il est par ailleurs recommandé au candidat :

- de rechercher toutes les données financières de concurrents potentiels ou de partenaires du réseau QAR'RENT sur le site www.infogreffe.fr, »
- de contacter les Licenciés actuels, s'ils existent, du réseau QAR'RENT et d'échanger avec eux sur leur activité et la qualité de suivi et d'accompagnement délivré par QAR'RENT, à cet égard leurs coordonnées figurent dans le présent document d'information précontractuel,

Une fois le DIP remis au candidat, les parties restent totalement libres de contracter ou non un contrat de licence.

Dans le cas où les parties décideraient de contracter ledit contrat, un délai minimum de vingt (20) jours entre la signature du DIP et du contrat de licence sera respecté.

Le candidat reconnaît que le présent DIP et ses annexes sont communiqués à titre strictement confidentiel.

ATTESTATION DE REMISE DU DIP

Je soussigné(e),
Né(e) le à
demeurant
Profession

Certifie que le document ci-joint comportant 6 annexes constitue le Document d'Information Précontractuel et m'a été remis ce jour en deux exemplaires, dont un conservé par le Concédant, en vue de l'étude par mes soins, préalablement à la signature d'un contrat de licence, en application de l'article L 330-3 du Code de commerce (anciennement loi N°89-1008 du 31/12/89) et de l'article R 330-1 du Code de commerce (anciennement décret d'application N° 91-337 du 04/04/91).

Chaque exemplaire est signé par mes soins page 15 avec la mention finale "Déclare avoir reçu ce jour copie de ce document comportant 27 pages.

Je suis informé que la réception du présent DIP et ma signature du présent document sont exclusivement destinées à prouver le respect des obligations légales et ne représente en aucun cas un engagement de contracter.

Je reconnais par ailleurs, comme candidat Licencié, signataire des présentes, le caractère confidentiel attaché au présent document et à toutes les informations qu'il contient et je m'interdis de transmettre, à quelque tiers que ce soit, à l'exception de mes conseils soumis à une obligation de confidentialité, le présent document ou une quelconque information mentionnée au présent document.

En cas de manquement aux obligations telles que définies aux alinéas précédents, je serai redevable à l'égard du Concédant, la société QAR'RENT, d'une somme de 50.000 € euros à titre de clause pénale, ladite somme n'étant pas réductible en application des articles 1152 et 1231 du Code Civil.

Fait le _____,

Signature du candidat

(Nom + Prénom + qualité)

Précédé de la mention lu et approuvé.

PRESENTATION DU CONCEPT QAR'RENT

Créée en 2017 par Ken CALVEYRAC et son père Jean-Philippe CALVEYRAC, QAR'RENT est une entreprise qui propose des services location de véhicules automobiles de type « premium ».

QAR'RENT s'adresse aussi bien aux particuliers qu'aux professionnels, désireux de louer un véhicule sur une courte durée en bénéficiant des services de l'enseigne QAR'RENT.

Le concept QAR'RENT repose sur un modèle économique pérenne : offrir un service « premium » de locations de véhicules automobiles, tant dans la qualité et les options des modèles offerts à la location, que dans le service client inclus ; le tout proposé à tarifs fixes et abordables.

La volonté des fondateurs de QAR'RENT est donc de mettre l'accent sur la qualité des produits loués, l'excellence des services fournis en complément, la simplicité de la démarche locative par le biais d'une plateforme en ligne, et la stabilité des prix proposés.

QAR'RENT s'est fixée une stratégie globale axée sur la qualité. Elle n'en oublie pas moins son objectif second qui est de proposer des services à coûts moindres et fixes, qui ne varient pas en fonction des périodes de l'année et des demandes.

Cette possibilité de réduire les frais est rendue possible par un processus de réservation en ligne, donc totalement dématérialisé. Le site internet QAR'RENT est donc la clef de voûte de la réussite de ce service de location. Il propose une réservation personnalisée, des démarches facilitées, une location rapide et donc une réduction de coûts dont la clientèle peut bénéficier.

L'image de marque QAR'RENT s'appuie sur sa force d'adaptation aux outils numériques, l'optimisation de sa gestion économique, et sur une quête constante d'innovations, afin de satisfaire au mieux ses clients.

La gamme de véhicules proposés se compose d'un panel allant du milieu au haut de gamme, avec plusieurs catégories telles que « Citatines », « Berlines Compactes », « SUV », « Monospaces », « Utilitaires ». Quelle que soit la catégorie choisie par le client, le véhicule sera toujours « optionné » afin de répondre à l'exigence de qualité que se fixe la marque et le concept QAR-RENT.

1. Déclarations du Concédant

1.1 Présentation de l'entreprise du Concédant

Dénomination sociale : **QAR'RENT**

Forme juridique : SAS (société par actions simplifiée)

Adresse du siège social : 14 rue des Ragonnières, 44330 La Chapelle Heulin

Montant du capital social : 1000,00 euros

Immatriculation au Registre du Commerce et des Sociétés de Nantes : 838 891 091

Date de création : 30 mai 2018

Numéro de SIRET : 83889109100012

Numéro de TVA intracommunautaire : FR40838891091

1.2. Nature des activités et organisation de l'entreprise

La SARL QAR'RENT a pour activité la location de courte durée de voitures et de véhicules automobiles légers. Elle exerce cette activité sous l'enseigne et la marque QAR'RENT.

Le lancement de l'activité s'est fait en région parisienne, à Champigny-sur-Marne. Depuis peu, la société propose également ses services en Guyane, au départ de l'aéroport international Felix Eboué.

1.3. Domiciliation bancaire et éléments comptables

La domiciliation bancaire de la société QAR'RENT est :

- Société Générale
- Code Agence : 30003
- Code guichet : 01420
- Numéro de compte : 00027002736
- BAN : FR76 3000 3014 2000 0270 0273 670
- Clé RIB : 70

En raison de la création récente de son réseau QAR'RENT, la société QAR'RENT n'est pas à ce jour en mesure de communiquer un bilan comptable en ce qui concerne son activité de Concédant.

En revanche, la société QAR'RENT n'est pas en mesure de communiquer le chiffre d'affaires réalisé par son unité pilote, à savoir que son agence de location n'a pas encore démarrée d'activité.

1.4. Présentation des dirigeants de l'entreprise du Concédant

La société QAR'RENT est composée de deux associés, personnes physiques.

Elle est dirigée par :

- **Président** : Jean-Philippe CALVEYRAC

Jean-Philippe CALVEYRAC est né à Saint Joseph le 18 septembre 1971.

- **Associé** : Ken CALVEYRAC

Ken CALVEYRAC est né à Cayenne le 25 mars 1997.

Il est associé et responsable de développement au sein de la société QAR'RENT.

Après l'obtention d'un Baccalauréat Professionnel dans le secteur du commerce, Ken CALVEYRAC s'oriente vers un BTS Transport et Prestations Logistiques, qu'il obtient en juillet 2017. Cette formation lui confère un bagage solide en droit et management des entreprises.

Avide de connaissances dans le domaine des nouvelles technologies et du Web Design, CALVEYRAC s'est ensuite inscrit à l'école de management et de communication « ISEFAC de Nantes », où il obtient un Bachelor en Marketing et Communication Digitale.

C'est au cours de ses études, qu'il a décidé de combiner son goût pour l'entrepreneuriat et sa passion pour l'automobile.

C'est ainsi qu'en 2017, après avoir murement réfléchi ses stratégies en termes de management et de communication, que Ken CALVEYRAC a fondé la société QAR'RENT, en association avec son père. Il a eu cœur à créer la marque, développer le site internet, et n'hésitera pas à faire bénéficier de son expérience acquise à ses futurs licenciés.

Ken CALVEYRAC sera votre contact privilégié, de la première rencontre à la signature du contrat de licence. Vous échangerez ensemble sur votre projet, le potentiel de votre zone et l'évolution du secteur.

1.5. Antécédents judiciaires et/ou éventuelles cessations des paiements antérieurs

Les associés de la société QAR'RENT n'ont jamais été condamnés pour crime, délit ou contravention ou reconnus civilement responsables par décision de justice rendue définitive au cours des dix dernières années pour fraude, abus de confiance, escroquerie, vol ou détournement de fonds publics.

Par ailleurs, les personnes précédemment mentionnées n'ont pas au cours des cinq dernières années :

- été jugées coupables de banqueroute,
- été déclarées en faillite personnelle,
- été condamnées au comblement du passif social d'une entreprise,
- fait l'objet d'une interdiction visée à l'article 192 de la loi du 25 janvier 1985 modifiée,
- exercé des fonctions d'encadrement ou de direction dans une entreprise ou été associées dans une société de personnes qui aurait fait l'objet d'une procédure de redressement judiciaire au sens de la loi du 25 janvier 1985 modifiée et ce pendant l'exercice de leurs fonctions ou dans le délai d'un an à compter de la cessation desdites fonctions,
- été reconnues en état de cessation des paiements et/ou fait l'objet d'une procédure de faillite personnelle ou de redressement en cours.

2. Présentation du réseau

Le concept d'agence de location QAR'RENT est élaboré depuis 2019 à travers l'agence de location de Champigny-sur-Marne qui est en cours de développement. La variété des véhicules de location, l'architecture intérieure de l'agence et les techniques de location n'ont pas encore été développés et optimisés. L'enseigne QAR'RENT a donc été créée en 2019 afin de dupliquer le modèle et de vendre la marque.

En _____, le réseau QAR'RENT recense les points de vente suivants :

AGENCE DE LOCATION	ADRESSE	DATE D'OUVERTURE	RESPONSABLE ET COORDONNEES
-	-	-	-

Nombre d'entreprises ayant quitté le réseau l'année précédente de la signature du Document d'Informations Précontractuelles :

Nombre de contrats venus à expiration et non renouvelés	0
Nombre de contrats annulés	0
Nombre de contrats résiliés	0

3. Lieu d'exploitation envisagé

Le candidat Licencié s'est rapproché du Concédant dans le but d'exploiter une agence de location située à Rungis dans le Val-de-Marne.

Dans cette hypothèse, il sera accordé au candidat Licencié une exclusivité territoriale définie dans le contrat de réservation de zone, si un tel contrat est prévu, et dans le contrat de licence.

4. Sur la marque et les droits d'auteur QAR'RENT

4.1. Sur la marque QAR'RENT

Monsieur Jean-Philippe CALVEYRAC est le titulaire de la marque française semi-figurative **QAR'RENT** déposée à l'INPI le 12 mai 2016 et enregistrée le 2 septembre 2016.

- Numéro d'enregistrement : 4271833
- Date du dépôt : 12 mai 2016
- Date de l'enregistrement : 2 septembre 2016
- Classe(s) de protection : 12, 35 et 39
- Produits et services protégés :

Classe 12 : Véhicules ; appareils de locomotion terrestres ; appareils de locomotion aériens ; appareils de locomotion maritimes ; amortisseurs de suspension pour véhicules ; carrosseries ; chaînes antidérapantes ; châssis de véhicules ; pare-chocs de véhicules ; stores (pare-soleil) conçus pour véhicules terrestres à moteur ; ceintures de sécurité pour sièges de véhicules ; véhicules électriques ; caravanes ; tracteurs ; vélomoteurs ; cycles ; cadres de cycles ; béquilles de cycles ; freins de cycles ; guidons de cycles ; jantes de cycles ; pédales de cycles ; pneumatiques de cycles ; roues de cycles ; selles de cycles ; poussettes ; chariots de manutention ;

Classe 35 : Publicité ; gestion des affaires commerciales ; administration commerciale ; travaux de bureau ; diffusion de matériel publicitaire (tracts, prospectus, imprimés, échantillons) ; services d'abonnement à des journaux (pour des tiers) ; services d'abonnement à des services de télécommunications pour des tiers ; présentation de produits sur tout moyen de communication pour la vente au détail ; conseils en organisation et direction des affaires ; comptabilité ; reproduction de documents ; services de bureaux de placement ; portage salarial ; gestion de fichiers informatiques ; optimisation du trafic pour des sites web ; organisation d'expositions à buts commerciaux ou de publicité ; publicité en ligne sur un réseau informatique ; location de temps publicitaire sur tout moyen de communication ; publication de textes publicitaires ; location d'espaces publicitaires ; diffusion d'annonces publicitaires ; relations publiques ; audits d'entreprises (analyses commerciales) ; services d'intermédiation commerciale (conciergerie) ;

Classe 39 : Services de transport ; conditionnement et entreposage de marchandises ; organisation de voyages ; transport de passagers ou de marchandises (par air, par terre ou par eau) ; organisation de transport de passagers ou de marchandises (par air, par terre ou par eau) ; location de véhicules de locomotion par air, par terre ou par eau ; location de voitures, bicyclettes, motocycles, autocaravanes, chariots, camions, camionnettes, autocars, autobus, caravanes ; services de location de véhicules ; organisation de la location de véhicules de locomotion par air, par terre ou par eau ; location d'équipements et accessoires de véhicules ; services de réservation pour le transport et services de réservation de véhicules ; services de chauffeurs ; location de véhicules avec chauffeur ; partage de voitures ; covoiturage ; services de gestion de parcs automobiles pour le transport ; services de camionnage ; services de messagerie (courrier ou marchandises) ; services de remorquage de véhicules ; location de véhicules de transport ; prestation d'informations et de conseils concernant tous les services précités.

Par contrat signé en date du 20/03/2019, Monsieur Jean-Philippe CALVEYRAC a conféré à QAR'RENT une licence d'exploitation de la marque susvisée, pour l'intégralité des produits et services précités, au sein de laquelle il est expressément accordé au licencié le droit de développer un réseau de licences sous cette marque.

La société QAR'RENT est quant à elle, titulaire de la demande d'enregistrement de la marque verbale française QAR'RENT déposée à l'INPI le 23 janvier 2019 et publiée le 15 février 2019.

- Numéro d'enregistrement : **4518100**
- Date du dépôt : 23 janvier 2019
- Date de l'enregistrement : 15 février 2019
- Classe(s) de protection : 12, 35 et 39.
- Produits et services protégés :

Classe 12: Véhicules ; appareils de locomotion terrestres ; appareils de locomotion aériens ; appareils de locomotion maritimes ; amortisseurs de suspension pour véhicules ; carrosseries ; chaînes antidérapantes ; châssis de véhicules ; pare-chocs de véhicules ; stores (pare-soleil) conçus pour véhicules terrestres à moteur ; ceintures de sécurité pour sièges de véhicules ; véhicules électriques ; caravanes ; tracteurs ; vélomoteurs ; cycles ; cadres de cycles ; béquilles de cycles ; freins de cycles ; guidons de cycles ; jantes de cycles ; pédales de cycles ; pneumatiques de cycles ; roues de cycles ; selles de cycles ; poussettes ; chariots de manutention ;

Classe 35: Publicité ; Gestion des affaires commerciales ; Administration commerciale ; Travaux de bureau ; Organisation, gestion et supervision de programmes de fidélisation et de primes ; Services publicitaires fournis via Internet ; Production de publicités télévisées et radiophoniques ; Comptabilité ; Services de vente aux enchères ; Expositions commerciales (foires) ; Sondage d'opinion ; Services de traitement de données ; Services d'informations en matière d'affaires ; Services de marketing ; Services de promotion des ventes pour des tiers ; Services de gestion informatisée de fichiers ; Services d'informations commerciales fournis en ligne à partir d'une base de données informatique ou d'Internet ; Compilation de message publicitaires à utiliser en tant que pages Web sur Internet ; Étude de marché ; Analyses de réactions à la publicité et d'études de marché ; Services commerciaux dans le domaine de la location de véhicules ; Services de gestion commerciale d'une flotte de transport ; Services de gestion de flottes de transport ; Analyses de coûts et statistiques concernant les véhicules ; Fourniture de renseignements d'affaires ; Investigations pour affaires ; Démonstration de produits informatiques ; Services de gestion informatisée de fichiers ; Collecte et organisation de données dans un fichier maître dans le domaine de la publicité d'automobile et de la location de véhicules ; Services de fidélisation de la clientèle et services de clubs de clients à des fins commerciales, promotionnelles et/ou publicitaires ; Organisation d'expositions à buts de publicité relative aux domaines automobile et de la location de véhicules ; Services de vente au détail de véhicules et d'appareils de locomotion par air, terre, mer ou rail ; Fourniture d'informations et de conseils liés à tous ces services.

Classe 39: Services de transport ; conditionnement et entreposage de marchandises ; organisation de voyages ; transport de passagers ou de marchandises (par air, par terre ou par eau) ; organisation de transport de passagers ou de marchandises (par air, par terre ou par eau) ; location de véhicules de locomotion par air, par terre ou par eau ; location de voitures, bicyclettes, motocycles, autocaravanes, chariots, camions, camionnettes, autocars, autobus, caravanes ; services de location de véhicules ; organisation de la location de véhicules de locomotion par air, par terre ou par eau ; location d'équipements et accessoires de véhicules ; services de réservation pour le transport et services de réservation de véhicules ; services de chauffeurs ; location de véhicules avec chauffeur ; partage de voitures ; covoiturage ; services de gestion de parcs automobiles pour le transport ; services de camionnage ; services de messagerie (courrier ou marchandises) ; services de remorquage de véhicules ; location de véhicules de transport ; prestation d'informations et de conseils concernant tous les services précités.

4.2. Sur les droits d'auteur QAR'RENT

La société QAR'RENT est titulaire de droits d'auteur sur le Manuel opératoire QAR'RENT qui matérialise le transfert de son Savoir-faire au Licencié, constitué notamment des différents types d'aménagement préalablement conçus par le Concédant, définissant le cahier des charges.

Ce manuel sera remis au candidat Licencié après signature du contrat de licence. Il résume les démarches et procédures à suivre pour ouvrir une agence de location QAR'RENT et pour le bon fonctionnement de la licence, conformément au réseau QAR'RENT.

5. Sur les principales conditions du projet de contrat

Il est annexé aux présentes le contrat de licence actuellement en vigueur dans le cadre du réseau QAR'RENT (**annexe 6**) dans lesquels sont indiquées toutes les conditions auxquelles les parties s'engagent au sein de leurs relations Concédant-Licencié.

5.1. Conditions juridiques

- ✓ Le contrat est conclu pour un Territoire expressément visé et délimité par les parties.
- ✓ Ce droit concédé au Licencié est limité à l'ouverture d'une seule agence de location QAR'RENT sur ce Territoire. En conséquence, le Licencié s'interdit d'ouvrir une autre agence de location QAR'RENT dans la zone d'exclusivité qui lui est accordée.
- ✓ L'ouverture de toute agence de location supplémentaire quelle qu'en soit la forme par le Licencié, ne pourra être réalisée qu'avec l'accord exprès, préalable et écrit du Concédant et l'établissement d'un nouveau contrat spécifique au Contrat de franchise pour la nouvelle implantation envisagée.
- ✓ En contrepartie de la licence de marque qui lui est concédée, de son entrée au sein du réseau, de la divulgation et du droit d'utilisation du Savoir-faire du Concédant, de l'exclusivité consentie sur le Territoire, le Licencié verse au jour de la signature du Contrat un droit d'entrée forfaitaire d'un montant de 100 000 (cent mille) euros hors taxes (HT).
- ✓ Le licencié versera, pendant toute la durée du contrat, une somme forfaitaire de 15 000 (quinze mille) euros hors taxes par an.
- ✓ A ce titre, le Concédant bénéficie d'un droit d'exclusivité sur ce Territoire sur l'enseigne et sur le concept QAR'RENT, dans les limites indiquées dans le projet de Contrat.
- ✓ Le Concédant dispose des droits exclusifs d'exploitation du site Internet QAR'RENT
- ✓ Le Concédant s'engage toutefois à présenter sur son site Internet l'Agence de location du Licencié et les produits et services qui y sont commercialisés, via un mini site internet accessible depuis un lien hypertexte inscrit au sein du site Internet du Concédant.
- ✓ Le Licencié sera en charge de la gestion dudit mini site le concernant. A ce titre, il pourra y inscrire les éventuelles promotions et événements spécifiques à son Agence de location, ou encore y faire figurer les horaires d'ouverture, le trombinoscope de son équipe, ou un laïus de présentation de l'entreprise.
- ✓ Le mini site du Licencié est un site marchand, ayant notamment pour finalité de prendre en compte les réservations des clients.
- ✓ Pour ce faire, le Concédant mettra à disposition du Licencié un back-office lui permettant de prendre en charge les réservations des clients, ces dernières pouvant être effectuées par Internet ou par téléphone.
- ✓ Le contrat de licence sera conclu pour une durée de cinq (5) ans.
- ✓ Au terme de ces cinq années, le contrat sera renouvelable par tacite reconduction pour de nouvelles périodes de cinq (5) ans, sauf dénonciation par l'une ou l'autre des parties, à tout moment, par l'envoi d'une lettre recommandée avec avis de réception avec un préavis de trois (3) mois à compter de la réception de ladite lettre.
- ✓ Le contrat pourra être également résilié de plein droit et sans préavis en cas de manquement grave aux obligations du Concédant, telles que visées dans le contrat.

- ✓ Ce contrat est conclu *intuitu personae*. De fait, il ne peut être cédé ou transféré à titre onéreux ou gratuit à quelque personne physique ou morale que ce soit, sans l'agrément exprès et préalable du Concédant.
- ✓ En cas de résiliation du contrat, le Licencié s'interdit de faire tout usage de la Marque, sous quelque forme que ce soit, au plus tard dans un délai de deux mois à compter de la date de résiliation.
- ✓ Le licencié s'engage à maintenir ouverte son Agence de location sept jours sur sept de 7h à 22h.
- ✓ Le choix du nombre et de modèles des véhicules proposés à la location au sein de l'agence du Licencié dépendra notamment de la superficie du local mais aussi du territoire concerné.
- ✓ Un minimum de nombre de véhicules par type de modèles proposés devra être respecté par le Licencié, tout au long du Contrat.

5.2. Obligations financières du Concédant

Il convient de préciser que ne sont seulement précisés ici les dépenses et investissements spécifiques au réseau QAR'RENT auxquels le Licencié est tenu.

En ce sens, ne sont pas indiqués tous les autres investissements auquel un entrepreneur qu'il soit licencié ou non, doit engager pour l'exercice de son activité.

En conséquence, il n'est pas fait référence au présent DIP aux frais liés au droit au bail de l'agence de location du Licencié, à la caution, aux frais de constitution de la société du Licencié, ou à tout autre frais liés à des formalités obligatoires ou non.

5.2.1. Avant ouverture d'une agence de location QAR'RENT

▪ **Droits d'entrée :**

Montant du droit d'entrée : 100 000 (cent mille) euros hors taxes (HT)

Modalité de paiement : Cette somme forfaitaire est à verser au jour de la signature du Contrat. Cette somme est définitivement acquise au Concédant.

▪ **Aménagement et équipement de l'agence de location :**

Nature des aménagements en application du cahier des charges QAR'RENT :

Montant estimé : 40.000 € HT

▪ **Flotte initiale :**

Montant estimé : 300.000 € HT (pour une flotte d'environ 8 véhicules selon les recommandations QAR'RENT)

5.2.2. Après ouverture de l'agence de location

Montant de la redevance annuelle : Le licencié versera, pendant toute la durée du contrat, une somme forfaitaire de 15 000 (quinze mille) euros hors taxes par an.

Modalité de paiement : Cette redevance annuelle fixe sera exigible chaque jour d'anniversaire du présent Contrat.

6. Sur le marché des agences de location de voitures et utilitaires

6.1. État général du marché et perspectives de développement

L'état général du marché et les perspectives de développement est présenté en **Annexe 4**.

Il a été mis à jour au mois de _____.

6.2. État local du marché et perspectives de développement

L'état du marché local est référencé en **Annexe 5**.

7. Perspectives de développement du réseau

Objectif : de 2 à 5 licenciés par an.

8. Obligation de restitution

Dans l'hypothèse où aucun contrat de licence ne venait à être signé par les parties, le candidat Licencié s'engage à restituer sans délai au Concédant l'ensemble des informations et documents relatifs au présent DIP.

Il s'engage en outre à ne pas en conserver de copie.

9. Clause de secret / Confidentialité

Le candidat Licencié s'engage à maintenir strictement confidentielles toutes les informations non publiques et documents qui lui seront communiqués par le Concédant ou dont il aurait connaissance dans le cadre de ses relations précontractuelles avec celui-ci, ainsi que les conditions financières du présent contrat.

Il s'interdit par conséquent de divulguer les informations susvisées à des fins autres que l'étude de la signature du contrat de licence du réseau QAR'RENT.

En cas de non-respect de ses obligations à cet égard et en cas de communication de toute information confidentielle qui lui aurait été communiquée par le Concédant, à quelque tiers que ce soit à l'exception de ses conseils soumis à une obligation de confidentialité, le candidat Licencié qui aura failli à son obligation devra verser au Promettant la somme de 50 000 (cinquante mille) euros, à titre de clause pénale.

10. Engagements du candidat Licencié

Avant toute conclusion du contrat, le candidat Licencié devra étudier, seul ou avec l'aide du conseil de son choix soumis à une obligation de confidentialité, l'ensemble des éléments et documents contenus dans le DIP et ses annexes.

Le candidat Licencié déclare en outre avoir sollicité la remise du document d'informations précontractuelles de bonne foi, sans intervenir pour le compte d'un tiers qui serait notamment un concurrent du réseau QAR'RENT.

Document d'Informations Précontractuel QAR'RENT

En dehors de la clause de confidentialité susvisée, il est prévu que la signature du présent document n'engage pas le Concédant et le candidat Licencié par la signature des présentes, de sorte qu'ils ne sont pas tenus de signer un contrat de licence au terme du délai de réflexion.

Fait en deux exemplaires,

A _____, le _____

Le Candidat Licencié

LISTE DES ANNEXES

Annexe 1 :

Article L.330-3 du Code de Commerce et décret d'application du 4 avril 1991

Annexe 2 :

Code de déontologie européen de la franchise

Annexe 3 :

Article A 441-1 du Code de Commerce

Annexe 4 :

Présentation de l'état national du marché

Annexe 5 :

Présentation de l'état local du marché

Annexe 6 :

Projet de Contrat de licence

ANNEXE 1 | Article L.330-3 du Code de Commerce et décret d'application du 4 avril 1991

Toute personne qui met à la disposition d'une autre personne un nom commercial, une marque ou une enseigne, en exigeant d'elle un engagement d'exclusivité ou de quasi-exclusivité pour l'exercice de son activité, est tenue préalablement à la signature de tout contrat conclu dans l'intérêt commun des deux parties de fournir à l'autre partie un document donnant des informations sincères, qui lui permette de s'engager en connaissance de cause.

Ce document, dont le contenu est fixé par décret, précise notamment l'ancienneté et l'expérience de l'entreprise, l'état et les perspectives de développement du marché concerné, l'importance du réseau d'exploitants, la durée, les conditions de renouvellement, de résiliation et de cession du contrat ainsi que le champ des exclusivités.

Lorsque le versement d'une somme est exigé préalablement à la signature du contrat mentionné ci-dessus, notamment pour obtenir la réservation d'une zone, les prestations assurées en contrepartie de cette somme sont précisées par écrit, ainsi que les obligations réciproques des parties en cas de dédit.

Le document prévu au premier alinéa ainsi que le projet de contrat sont communiqués vingt jours au minimum avant la signature du contrat ou, le cas échéant, avant le versement de la somme mentionnée à l'alinéa précédent.

DÉCRET D'APPLICATION DE L'ARTICLE PREMIER DE LA LOI DOUBIN DU 4 AVRIL 1991

Décret n° 91-337 du 4 avril 1991 portant application de l'article 1er de la loi n° 89-1008 du 31 décembre 1989 relative au développement des entreprises commerciales et artisanales et à l'amélioration de leur environnement économique, juridique et social

Le Premier Ministre,

Sur le rapport du garde des sceaux, ministre de la justice, du ministre de l'industrie et de l'aménagement du territoire délégué au commerce et à l'artisanat,

Vu le code pénal, notamment son article R.25 ;

Vu l'article 1er de la loi n° 89-1008 du 31 décembre 1989 relative au développement des entreprises commerciales et artisanales et à l'amélioration de leur environnement économique, juridique et social ;

Le Conseil d'État (section des finances) entendu,

Décrète :

Article 1

Le document prévu au premier alinéa de l'article 1er de la loi du 31 décembre 1989 susvisée doit contenir les informations suivantes :

1). L'adresse du siège de l'entreprise et la nature de ses activités avec l'indication de sa forme juridique et de l'identité du chef d'entreprise s'il s'agit d'une personne physique ou des dirigeants s'il s'agit d'une personne morale ; le cas échéant, le montant du capital ;

2). Le numéro d'immatriculation au registre du commerce et des sociétés ou le numéro d'inscription au répertoire des métiers ainsi que la date et le numéro d'enregistrement ou du dépôt de la marque, et dans le cas où la marque qui doit faire l'objet du contrat a été acquise à la suite d'une cession ou d'une licence, la date et le numéro de l'inscription correspondante au registre national des marques avec, pour les contrats de licence, l'indication de la durée pour laquelle la licence a été consentie ;

3). La ou les domiciliations bancaires de l'entreprise. Cette information peut être limitée aux cinq principales domiciliations bancaires ;

4). La date de la création de l'entreprise avec un rappel des principales étapes de son évolution, y compris celle du réseau d'exploitants, s'il y a lieu, ainsi que toutes indications permettant d'apprécier l'expérience professionnelle acquise par l'exploitant ou par les dirigeants ; Les informations mentionnées à l'alinéa précédent peuvent ne porter que sur les cinq dernières années qui précèdent celle de la remise du document. Elles doivent être complétées par une présentation de l'état général et local du marché des produits ou services devant faire l'objet du contrat et des perspectives de développement de ce marché. Doivent être annexés à cette partie du document les comptes annuels des deux derniers exercices ou, pour les sociétés faisant publiquement appel à l'épargne, les rapports établis au titre des deux derniers exercices en application du troisième alinéa de l'article 341-1 de la loi n° 66-537 du 24 juillet 1966 sur les sociétés commerciales ;

5). Une présentation du réseau d'exploitants qui doit comporter :

a) la liste des entreprises qui en font partie avec l'indication pour chacune d'elles du mode d'exploitation convenu ;

b) l'adresse des entreprises établies en France avec lesquelles la personne qui propose le contrat est liée par des contrats de même nature que celui dont la conclusion est envisagée ; la date de conclusion ou de renouvellement de ces contrats est précisée ;

Lorsque le réseau compte plus de cinquante exploitants, les informations mentionnées à l'alinéa précédent ne sont exigées que pour les cinquante entreprises les plus proches du lieu de l'exploitation envisagée ;

c) le nombre d'entreprises qui, étant liées au réseau par des contrats de même nature que celui dont la conclusion est envisagée, ont cessé de faire partie du réseau au cours de l'année précédant celle de la délivrance du document. Le document doit préciser si le contrat est venu à expiration ou s'il a été résilié ou annulé ;

d) s'il y a lieu, la présence, dans la zone d'activité de l'implantation prévue par le contrat proposé, de tout établissement dans lequel sont offerts, avec l'accord exprès de la personne qui propose le contrat, les produits ou services faisant l'objet de celui-ci ;

6). L'indication de la durée du contrat proposé, des conditions de renouvellement, de résiliation et de cession, ainsi que le champ des exclusivités ; Le document doit, en outre, préciser la nature et le montant des dépenses et investissements spécifiques à l'enseigne ou à la marque que la personne destinataire du projet de contrat devra engager avant de commencer l'exploitation.

Article 2

Sera punie des peines d'amendes prévues pour les contraventions de la cinquième classe toute personne qui met à la disposition d'une autre personne un nom commercial, une marque ou une enseigne, en exigeant d'elle un engagement d'exclusivité ou de quasi-exclusivité pour l'exercice de son

activité sans lui avoir communiqué, vingt jours au moins avant la signature du contrat, le document d'information et le projet de contrat mentionnés à l'article 1er de la loi du 31 décembre 1989 susvisée.

En cas de récidive, les peines d'amendes prévues pour la récidive des contraventions de la cinquième classe sont applicables.

Article 3

Le garde des sceaux, ministre de la justice, le ministre de l'industrie et de l'aménagement du territoire et le ministre délégué au commerce et à l'artisanat sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'exécution du présent décret qui sera publié au Journal officiel de la République française.

ANNEXE 2 | Code de déontologie européen de la franchise

Ce Code de déontologie européen de la franchise est la remise à jour du code créé en 1972 par l'*European Franchise Federation* (EFF).

Chaque fédération ou association nationale de l'*EFF* a participé à sa rédaction et en assure la promotion, l'interprétation et l'adaptation utiles dans son propre pays.

Ce Code de déontologie se veut être un code des bons usages et de bonne conduite des utilisateurs de la franchise en Europe.

I. Définition de la franchise

La franchise est un système de commercialisation de produits et/ou de services et/ou de technologies, basé sur une collaboration étroite et continue entre des entreprises juridiquement et financièrement distinctes et indépendantes (1), le franchiseur et ses franchisés, dans lequel le franchiseur accorde à ses franchisés le droit, et impose l'obligation d'exploiter une entreprise en conformité avec le concept (2) du franchiseur. Le droit ainsi concédé autorise et oblige le franchisé, en échange d'une contribution financière directe ou indirecte, à utiliser l'enseigne et/ou la marque de produits et/ou de services, le savoir-faire (3), et autres droits de propriété intellectuelle, soutenu par l'apport continu d'assistance commerciale et/ou technique, dans le cadre et pour la durée d'un contrat de franchise écrit, conclu entre les parties à cet effet.

Le savoir-faire est un ensemble d'informations pratiques non brevetées, résultant de l'expérience du franchiseur et testées par celui-ci. Il est secret, substantiel et identifié.

- Secret, le fait que le savoir-faire, dans son ensemble ou dans la configuration et l'assemblage précis de ses composants, ne soit pas généralement connu ou facilement accessible : cela n'est pas limité au sens étroit que chaque composant individuel du savoir-faire doit être totalement inconnu ou impossible à obtenir hors des relations avec le franchiseur.
- Substantiel, le fait que le savoir-faire doit inclure une information indispensable pour la vente de produits ou la prestation de services aux utilisateurs finaux et notamment pour la présentation des produits pour la vente, la transformation des produits en liaison avec la prestation de services, les relations avec la clientèle, et la gestion administrative et financière ; le savoir-faire doit être utile pour le franchisé en étant susceptible, à la date de conclusion de l'accord, d'améliorer la position concurrentielle du franchisé, en particulier en améliorant ses résultats ou en l'aidant à entrer sur un nouveau marché.
- Identifié, le fait que le savoir-faire doit être décrit d'une façon suffisamment complète pour permettre de vérifier qu'il remplit les conditions de secret et de substantialité ; la description du savoir-faire peut être faite dans l'accord de franchise, dans un document séparé ou sous toute autre forme appropriée.

II. Les principes directeurs

2.1. Le franchiseur est l'initiateur d'un "Réseau de franchise" constitué du franchiseur et des franchisés et dont il a vocation à assurer la pérennité (4).

2.2. Le franchiseur devra :

- a). avoir mis au point et exploité avec succès un concept pendant une période raisonnable et dans au moins une unité pilote avant le lancement du réseau (5),
- b). être titulaire des droits sur les signes de ralliement de la clientèle : enseigne, marques et autres signes distinctifs (6) (7),
- c). apporter à ses franchisés une formation initiale et leur apporter continuellement une assistance commerciale et/ou technique pendant toute la durée du contrat.

2.3. Le franchisé devra :

- a). consacrer ses meilleurs efforts au développement du réseau de franchise et au maintien de son identité commune et de sa réputation (8),
- b). fournir au franchiseur les données opérationnelles vérifiables afin de faciliter la détermination des performances et les états financiers requis pour la direction d'une gestion efficace. Le franchisé autorisera le franchiseur et/ou ses délégués à avoir accès à ses locaux et à sa comptabilité à des heures raisonnables,
- c). ne pas divulguer à des tiers le savoir-faire fourni par le franchiseur ni pendant, ni après la fin du contrat (9).

2.4. Les deux parties devront respecter, de manière continue, les obligations suivantes :

- a). agir de façon équitable dans leurs relations mutuelles. Le franchiseur avertira le franchisé par écrit de toute infraction au contrat et lui accordera, si justifié, un délai raisonnable pour la réparer,
- b). résoudre leurs griefs et litiges avec loyauté et bonne volonté, par la communication et la négociation directes.

III. Recrutement, publicité et divulgation

3.1. La publicité pour le recrutement de franchisés doit être dépourvue de toute ambiguïté et d'informations trompeuses.

3.2. Tout document publicitaire faisant apparaître directement ou indirectement des résultats financiers prévisionnels du franchisé devra être objectif et vérifiable.

3.3. Afin que le futur franchisé puisse s'engager en toute connaissance de cause, le franchiseur lui fournira une copie du présent Code de déontologie ainsi qu'une information complète et écrite concernant les clauses du contrat de franchise – ceci dans un délai raisonnable avant la signature du contrat (10).

3.4. Lorsque le franchiseur propose la signature d'un contrat de réservation, celui-ci respecte les principes suivants :

- a). avant la signature de tout contrat de réservation, le futur franchisé doit se voir remettre les informations écrites quant au contenu de ce contrat ainsi qu'aux dépenses qui en découleront pour le candidat,
- b). si le contrat de franchise est signé, les débours seront remboursés par le franchiseur ou à valoir sur le droit d'entrée s'il y a lieu,
- c). la durée du contrat de réservation doit être précisée,

d). une clause de dédit réciproque doit être prévue,

e). le franchiseur peut imposer une clause de non-concurrence et de confidentialité afin d'empêcher le détournement du savoir-faire transmis pendant la durée du contrat de réservation.

IV. Sélection des franchisés

Le franchiseur sélectionne et n'accepte que les franchisés qui, d'après une enquête raisonnable, auraient les compétences requises (formation, qualités personnelles, capacités financières) pour l'exploitation de l'entreprise franchisée (11).

V. Le contrat de franchise

5.1 Le contrat de franchise doit être en conformité avec le droit national, le droit communautaire et le Code de déontologie.

Le contrat reflète les intérêts des membres du réseau de franchise, en protégeant les droits de propriété industrielle ou intellectuelle du franchiseur et en maintenant l'identité commune et la réputation du réseau de franchise (12).

Tout contrat et toute convention contractuelle gérant les relations franchiseur-franchisé est rédigé ou traduit par un traducteur assermenté dans la langue officielle du pays dans lequel le franchisé est établi, des copies du contrat signé seront immédiatement remises au franchisé.

5.2. Le contrat de franchise définit sans ambiguïté les obligations et les responsabilités respectives des parties ainsi que toutes autres clauses matérielles de la collaboration.

5.3. Les points essentiels minima du contrat sont les suivants :

- les droits du franchiseur,
- les droits du franchisé,
- les biens et/ou services fournis au franchisé,
- les obligations du franchiseur (13), (16), (17),
- les obligations du franchisé,
- les conditions financières pour le franchisé,
- la durée du contrat, fixée de façon à permettre au franchisé l'amortissement des investissements spécifiques à la franchise,
- les conditions de renouvellement, s'il y a lieu, du contrat (14),
- les conditions dans lesquelles pourront s'opérer la cession ou le transfert des droits découlant du contrat et les conditions de préemption du franchiseur,
- les conditions d'utilisation par le franchisé des signes de ralliement de la clientèle appartenant au franchiseur : enseigne, marque, marque de service, logo et tous signes distinctifs,
- le droit du franchiseur de faire évoluer son concept de franchise,
- les clauses de résiliation du contrat,
- les clauses prévoyant la récupération par le franchiseur de tout élément corporel ou incorporel lui appartenant en cas de cessation du contrat avant l'échéance prévue (15)

VI. Master franchise

Ce Code de déontologie ne s'applique pas aux relations entre le franchiseur et son master-franchisé. En revanche, il s'applique aux relations entre le master-franchisé et ses franchisés.

Notes

(1) Le franchisé est responsable des moyens humains et financiers qu'il engage et responsable, à l'égard des tiers, des actes accomplis dans le cadre de l'exploitation de la franchise. Il a une obligation de collaborer loyalement à la réussite du réseau auquel il a adhéré, en toute indépendance à l'exclusion de tout lien de subordination à l'égard du franchiseur.

(2) Le concept est la conjonction originale de trois éléments :

- la propriété ou le droit d'usage de signes de ralliement de la clientèle : marque de fabrique de commerce ou de services, enseigne, raison sociale, nom commercial, signes et symboles, logos ;
- l'usage d'une expérience, d'un savoir-faire ;
- une collection de produits, de services et/ou de technologies brevetées ou non, qu'il a conçus, mis au point, agréés ou acquis.

(3) Le savoir-faire:

Le franchiseur garantit au franchisé la jouissance d'un tel savoir-faire qu'il entretient et développe. Le franchiseur par une information et une formation adaptées le transmet au franchisé et en contrôle l'application et le respect. Le franchiseur encourage la remontée d'information des franchisés afin d'améliorer le savoir-faire. Dans les périodes précontractuelle, contractuelle et postcontractuelle, le franchiseur empêche toute utilisation et toute transmission de savoir-faire, en particulier à l'égard de réseaux concurrents, pouvant porter préjudice au réseau de franchise.

(4) Le réseau de franchise est constitué du franchiseur et des franchisés. Le réseau de franchise, par son organisation et son développement, contribue à améliorer la production et/ou la distribution des produits et/ou services ou à promouvoir le progrès technique et économique tout en réservant aux utilisateurs une partie équitable du profit qui en résulte. Le franchiseur doit favoriser un dialogue permanent et structuré entre son organisation et les franchisés en favorisant des instances de concertation. Le franchisé doit s'impliquer dans la vie du réseau et contribuer à l'intérêt général du réseau. La marque du franchiseur, symbole de l'identité et de la réputation du réseau, constitue la garantie de la qualité du service rendu au consommateur. Cette garantie est assurée par la transmission et le contrôle du respect d'un savoir-faire et la mise à disposition d'une gamme homogène de produits et/ou de services et/ou de technologies. Le franchiseur s'assure que le franchisé, par une signalisation adéquate, fait connaître sa nature d'entrepreneur juridiquement indépendant.

(5) Il appartiendra au franchiseur de consacrer à la promotion de sa marque, à la recherche et à l'innovation, les moyens humains et financiers permettant d'assurer le développement et la pérennité de son concept.

(6) Les droits sur les signes de ralliement doivent être d'une durée au moins égale à la durée du contrat.

(7) L'image de marque

Le franchiseur garantit au franchisé la jouissance de signes de ralliement de la clientèle mis à sa disposition. Il doit notamment lui garantir la validité de ses droits sur la ou les marques dont l'usage est conféré à quelque titre que ce soit, au franchisé. Le franchiseur entretient et développe l'image de marque. Le franchiseur veille au respect par le franchisé des prescriptions d'utilisation de la marque et des autres signes de ralliement mis contractuellement à sa disposition. A l'issue du contrat, le franchiseur s'assurera de la non-utilisation des signes de ralliement de la clientèle par l'ancien franchisé. En cas d'exclusivité de l'utilisation de la marque sur un territoire donné, le franchiseur en précise les modalités : objet, portée. Le franchiseur s'assure par tout moyen que la collection de produits et/ou de services et/ou de technologies offerts au consommateur est bien conforme à l'image

de marque et ce au moyen d'une clause d'achats exclusifs pour les systèmes qui le justifieraient et en particulier lorsque les produits portent la marque du franchiseur.

(8) Le franchisé doit, quelles que soient les circonstances, agir loyalement à l'égard de tout franchisé du réseau ainsi qu'à l'égard du réseau lui-même. Le franchisé est responsable avec le franchiseur de la force du réseau.

(9) A cet égard, le contrat pourra prévoir une clause de non-concurrence en cours ou en fin de contrat dont la durée, la portée et l'objet sont déterminés pour tenir compte de l'intérêt du réseau.

(10) Le futur franchisé en possession des informations prévues par les articles L. 330-3 et R. 330-1 du code de commerce, a la responsabilité de les analyser précisément afin d'intégrer ces éléments dans son projet d'entreprise dont il est pleinement responsable.

(11) Le futur franchisé se doit d'être loyal quant aux informations qu'il fournit au franchiseur sur son expérience, ses capacités financières, sa formation, en vue d'être sélectionné.

(12) Les relations contractuelles :

Le franchiseur et les franchisés savent qu'ils collaborent dans un système où leurs intérêts sont liés, tant à court qu'à terme plus long. La souplesse du système et le sens des responsabilités de chacun ont fait le succès de la franchise. Les relations entre les partenaires doivent donc permettre de suivre les évolutions nécessaires à améliorer le fonctionnement du réseau de franchise et la satisfaction du consommateur. Le franchiseur établit le contrat écrit qui énonce de façon complète et précise les droits, obligations et responsabilités des parties. Le contrat doit traduire la stratégie du réseau de franchise. Il comporte l'indication des moyens nécessaires pour atteindre la réalisation du concept de franchise. Le contrat n'impose pas aux parties intéressées de restrictions qui ne soient pas nécessaires pour atteindre les objectifs. L'équilibre du contrat est apprécié d'une façon globale en fonction de l'intérêt du réseau de franchise.

Le cadre contractuel permet l'expression d'un dialogue permanent et favorise les solutions de conciliation.

(13) En qualité de responsable de l'identité et de la réputation du réseau, le franchiseur s'efforce, en proportion de ses moyens et des buts recherchés, de :

1. Définir des normes de qualité et veiller ou faire veiller à leur respect par les franchisés vis-à-vis du consommateur.
2. Maintenir le franchisé informé de l'existence de sa responsabilité, spécifique à la franchise, à l'égard du consommateur, en qualité de commerçant indépendant et notamment du recours possible au Comité de Médiation Franchise-Consommateurs de la Fédération Française de la Franchise.
3. Dans les cas où l'activité du réseau de franchise nécessite un paiement d'avance total ou partiel par le consommateur, d'attirer l'attention du franchisé sur la nécessité de garantir le consommateur, soit par sa solvabilité propre, soit par une assurance, une garantie bancaire ou tout autre moyen.

(14) Le franchiseur informe le franchisé avec un préavis suffisant de son intention de ne pas renouveler l'ancien contrat arrivé à son terme ou de ne pas signer un nouveau contrat, et réciproquement.

(15) Le franchiseur, ayant indiqué dans le contrat les conditions de reprise et/ou d'utilisation des matériels spécifiques à la franchise, ne recherche pas, par ces conditions, à pénaliser l'ancien franchisé, mais à protéger l'identité et la réputation du réseau de franchise.

(16) Le franchiseur, dans un souci de loyauté, ne recherchera pas à développer ses ventes par internet en causant un préjudice avéré aux franchisés.

1. Le franchiseur informera tout candidat à la franchise de sa politique de vente et de communication sur internet.
2. Le franchiseur et les franchisés veilleront à préserver l'intérêt supérieur du réseau dans le développement de leur politique commerciale sur internet.

(17) Le franchiseur ne doit pas développer de pratiques injustifiées privant le franchisé de sa liberté de quitter le réseau à la fin du contrat de franchise.

ANNEXE 3 | Article A 441-1 du Code de Commerce

TITRE IV – De la transparence, des pratiques restrictives de concurrence et d'autres pratiques prohibées.

Chapitre I – De la transparence

Toute personne vendant des produits ou fournissant des services, liée par un accord de franchise à un franchiseur, informe le consommateur de sa qualité d'entreprise indépendante, de manière lisible, sur l'ensemble des documents d'information, notamment de nature publicitaire, ainsi qu'à l'intérieur et à l'extérieur du lieu de vente.

Chapitre II – Des pratiques restrictives de concurrence

Le présent chapitre ne comprend pas de dispositions pour les arrêtés.

